

TV x Streaming: as transmissões esportivas da Seleção Brasileira de Futebol Feminino nos Jogos Olímpicos de Paris¹

Alicia Rufino Soares²
Iluska Maria da Silva Coutinho³
Universidade Federal de Juiz de Fora – UFJF

Resumo

O futebol feminino tem conquistado cada vez mais espaço nos distintos meios de comunicação, uma vez que nem sempre a TV aberta proporcionou a visibilidade merecida à modalidade. Nesse cenário, a Lei do Mandante teve papel central na expansão das plataformas de streaming esportivas, que, ao atenderem a nichos de mercado, passaram a investir na transmissão do futebol de mulheres no país. O presente trabalho analisa as características dessas transmissões a partir da estreia da Seleção Brasileira Feminina de Futebol nos Jogos Olímpicos de Paris 2024, contra a Nigéria, realizadas pela TV Globo, pelo SporTV e pela CazéTV. A pesquisa se vale da Análise de Materialidade Audiovisual (Coutinho, 2016), além de revisão bibliográfica e pesquisa documental. Inferiu-se que a participação do público é incorporada nas características dessas transmissões esportivas de maneiras específicas e distintas.

Palavra-chave: Olimpíadas; plataformas de streaming; Análise de Materialidade Audiovisual; convergência midiática; mulher no esporte.

O futebol de mulheres no Brasil

As primeiras referências do futebol praticado por mulheres no Brasil datam dos anos 20, com atletas que participavam de festas e festivais esportivos e com artistas que abrilhantavam espetáculos de circo. Entretanto, na década de 1940, foi instituído um decreto-lei proibindo a sua prática, e a sua regulamentação ocorreu apenas em 1983 (Bonfim, 2019; Globo Esporte, 2019).

Logo, as primeiras transmissões esportivas também surgiram na década de 1990, na TV Bandeirantes, com o locutor Luciano do Valle. Apesar de a Seleção Brasileira alcançar bons resultados nos torneios — duas pratas olímpicas em 2004 e em 2008 — sua cobertura só se tornou mais presente na Copa do Mundo de 2015, no Canadá, e nas Olimpíadas de 2016, no Rio de Janeiro (Globo Esporte, 2019).

¹ Trabalho apresentado no GP Estudos de Televisão, do 25º Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do 48º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Mestranda em Comunicação pelo Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal de Juiz de Fora (PPGCOM/UFJF). E-mail: aliciarsoares@gmail.com

³ Professora Titular da Faculdade de Comunicação e do PPGCOM-UFJF. E-mail: iluska.coutinho@ufff.br

O ano de 2019 foi fundamental para a popularização da modalidade no país, tanto pela obrigatoriedade estabelecida pela Conmebol para o desenvolvimento de equipes femininas, como pela transmissão de mais jogos da Copa do Mundo na televisão. Posteriormente, a pandemia da Covid-19 impulsionou as transmissões na TV e nas plataformas de streaming, proporcionando a cobertura de todos os jogos do Campeonato Brasileiro de 2020 (Sacchitiello, 2019).

Revisão da literatura

O surgimento de novas tecnologias resulta na reinvenção e na readequação dos meios de comunicação para que se adaptem às novas necessidades. A chegada da Web permitiu que novos suportes fossem desenvolvidos (como as plataformas de streaming) e que processos colaborativos de produção de conteúdo fossem potencializados, abrindo caminho para a segmentação de mídias e a formação de nichos (Castells, 1999; Anderson, 2006; Jenkins, 2009; Pereira & Coutinho, 2018).

A partir da Copa do Mundo na França em 2019, a cobertura do futebol feminino ganhou mais espaço na mídia e nas redes sociais, com o desenvolvimento de uma estratégia completa de comunicação aos moldes da convergência midiática. Em 2022, também houve o crescimento de 30% da atuação das plataformas de streaming esportivas no país, decorrente principalmente da Lei do Mandante (Fernandez Peña, 2024; Vindi, 2022).

Análise do objeto

Para o trabalho, foi selecionada a partida de estreia da Seleção Brasileira de Futebol Feminino nos Jogos Olímpicos de Paris, contra a Nigéria, por meio das transmissões da TV Globo, do SporTV e da CazéTV. A metodologia utilizada foi a Análise de Materialidade Audiovisual, de Iluska Coutinho (2016), que permite explorar as características do objeto de forma unificada e a partir do contexto em que se insere.

A análise das transmissões revelou diferenças relevantes entre os canais. Tanto a TV Globo como o SporTV mantiveram formatos tradicionais, com foco na linearidade da grade, inserções publicitárias rígidas e chamadas para outros eventos olímpicos. Já a CazéTV apresentou uma abordagem mais informal, interativa e digital, com destaque

para a presença de um chat ao vivo, oferecendo assim uma experiência transmidiática mais engajada com o seu público.

Considerações

O futebol feminino atravessa um momento importante de consolidação na mídia brasileira, impulsionado principalmente por uma audiência cada vez mais engajada. As diferenças entre as transmissões refletem as estratégias editoriais e de mercado adotadas por cada veículo, moldadas pelo perfil de seu público. Enquanto a Globo oferece uma cobertura mais generalista, voltada a um público amplo, o SporTV e a CazéTV apostam na personalização da narrativa esportiva de acordo com o seu nicho de mercado.

Nesse sentido, os resultados preliminares apontam que a diversidade de formas de acessar o conteúdo audiovisual esportivo, em plataformas e modos de transmissão distintos, permite ampliar a oferta televisiva para esportes e modalidades antes marginais na programação. No caso do futebol feminino, foi um longo processo até que os espectadores aceitassem consumir de fato a modalidade, quebrando inúmeros recordes de público, e as plataformas de streaming foram grandes responsáveis por essa popularização. Em suma, a pesquisa aponta para a importância de novos estudos sobre as narrativas audiovisuais e a recepção do futebol feminino, especialmente com foco nas futuras edições de torneios internacionais como a Copa do Mundo de 2027, que será realizada no Brasil.

Referências

A História do Futebol Feminino no Brasil. **Globo Esporte**, 2019. Disponível em: <https://interativos.ge.globo.com/futebol/selecao-brasileira/especial/historia-do-futebol-feminino>. Acesso em 15 set. 2024.

ANDERSON, Chris. **A cauda longa**: do mercado de massa para o mercado de nicho. Rio de Janeiro: Elsevier, 2006.

BONFIM, Aira Fernandes. **Football Feminino entre festas esportivas, circos e campos suburbanos**: uma história social do futebol praticado por mulheres da introdução à proibição (1915-1941). Dissertação (Mestrado em História, Política e Bens Culturais) - Centro de Pesquisa e Documentação de História Contemporânea do Brasil (CPDOC), Fundação Getúlio Vargas (FGV). Rio de Janeiro, 217p. 2019.

CASTELLS, Manuel. **A sociedade em rede**. São Paulo: Paz e Terra, 1999.

COUTINHO, Iluska. O telejornalismo narrado nas pesquisas e a busca por cientificidade: A análise da materialidade audiovisual como método possível. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 39º, 2016, São Paulo. **Anais Eletrônicos**. Disponível em: <https://portalintercom.org.br/anais/nacional2016/resumos/R11-3118-1.pdf>. Acesso em: 10 jun. 2025.

FERNANDEZ PEÑA, Emilio. Media coverage and communication of the Olympic Games. **Olympics**, 2024. Disponível em: <https://library.olympics.com/doc/SYRACUSE/3415469>. Acesso em: 18 set. 2024.

JENKINS, Henry. **Cultura da convergência**. São Paulo: Ed. Aleph, 2009.

PEREIRA, Gustavo; COUTINHO, Iluska. Como a internet tem mudado o jornalismo televisivo: o caso do programa voz ativa. In: SIMPÓSIO NACIONAL DA ABCIBER, 11º, 2018, Juiz de Fora. **Anais Eletrônicos**. Disponível em: <https://abciber.org.br/simposios/index.php/abciber/abciber11/paper/view/311/278>. Acesso em: 10 jun. 2025.

SACCHITIELLO, Bárbara. As oportunidades geradas pelo futebol feminino na TV. **Meio e Mensagem**, 2019. Disponível em: <https://www.meioemensagem.com.br/home/midia/2019/05/06/as-oportunidades-geradas-pelo-futebol-feminino-na-tv.html>. Acesso em: 10 out. 2024.

STREAMING de esportes. **Vindi**, 2022. Disponível em: <https://blog.vindi.com.br/streaming-de-esportes/#:~:text=Pouco%20mais%20de%20um%20ter%C3%A7o,HBO%20Max>. Acesso em: 25 out. 2024.